

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM REKRUTMEN
CALON SANTRI DI PONDOK PESANTREN DAARUL IKROM
KEDONDONG PESAWARAN**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh:

YOSI DELFIYANTI

NPM. 1641010126

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H / 2021 M**

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM REKRUTMEN
CALON SANTRI DI PONDOK PESANTREN DAARUL IKROM
KEDONDONG PESAWARAN**

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Oleh:

YOSI DELFIYANTI

NPM. 1641010126

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Prof.Dr.H. M. Nasor, M.Si

Pembimbing II : Khairullah, S.Ag.,MA

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H / 2021 M**

ABSTRAK

Pondok pesantren pada dasarnya adalah lembaga *Tafaqqul fid din*, yaitu lembaga untuk mengkaji dan mengembangkan ilmu-ilmu ke Islaman (*Al-ulum,,al-syari'ah*). Sebagai salah satu lembaga pengkajian agama Islam yang ikut mencerdaskan bangsa, dalam memperkenalkan kualitas potensi yang dimiliki pondok pesantren Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran kepada masyarakat dengan melalui teknik yang efektif dan efisien. Rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif yang dilakukan pengurus pondok pesantren Daarul Ikrom dalam merekrut calon santrinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana teknik komunikasi persuasif dalam rekrutmen calon santri di pondok pesantren Daarul Ikrom dan apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi dalam rekrutmen calon santri. Penelitian yang dilakukan adalah dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif. Sumber data primer yang digunakan berasal dari wawancara dan observasi kepada pihak pondok pesantren Daarul Ikrom. Kemudian data sekunder bersumber dari berbagai dokumen dan data lengkap lainnya. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan mengenai teknik komunikasi persuasif dalam rekrutmen calon santri di pondok pesantren Daarul Ikrom dalam mengajak, membujuk dan meyakini wali santri menggunakan teknik ganjaran *pay of technique* yakni dengan mengiming-imngi atau memberi harapan kepada komunikan, *Iching* atau tataan yaitu dengan mempersiapkan terlebih dahulu pesan yang akan disampaikan, teknik *planting* atau penanaman yaitu dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh komunikan, dan teknik asosiasi yaitu dengan mengaitkan pesan pada situasi saat ini. Selanjutnya dalam rekrutmen santri yang dilakukan panitia penerimaan santri baru dan pengurus yayasan dengan dibantu partisipan dari wali santri yang menyebarkan informasi seputar pondok dan mengajak masyarakat disekitar lingkungannya, bergrilya mendatangi langsung kerumah-rumah masyarakat mempromosikan pondok dan berkomunikasi secara langsung bertujuan meyakini masyarakat untuk memasukkan anaknya ke pondok Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran. Adapun yang menjadi faktor pendukung keberhasilan rekrutmen santri yaitu karena kepercayaan dan keterbukaan komunikan kepada komunikator, sehingga komunikator memberikan *feedback* atau timbal balik yang baik. Sedangkan faktor penghambat yaitu kurangnya perencanaan atau persiapan panitia maupun pengurus pondok, akibat keterbatasan waktu, dan kurangnya tenaga pengajar yang menyebabkan *double job* sehingga proses rekrutmen santri menjadi tidak terealisasi secara maksimal. Teknik komunikasi persuasif yang dilakukan panitia rekrutmen maupun pengurus pondok dinilai cukup efektif, berdasarkan data yang didapat bahwa terjadi peningkatan jumlah santri di setiap tahunnya.

Kata kunci: Komunikasi persuasif, Rekrutmen, Pesantren Daarul Ikrom

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yosi Delfiyanti
Npm : 1641010126
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Komunikasi Persuasif dalam Rekrutmen Calon Santri di Pondok Pesantren Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footenote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Deikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 27 September 2020

Penulis,


**METERAI
TEMPEL**
TGL. 20
036BBAHF670387555
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Yosi Delfiyanti
NPM. 1641010126



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let. Kol. Hi. Endro Suratmin Sukarame I Bandar Lampung 35131 Telp (0721) 704030

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul **“KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM REKRUTMEN CALON SANTRI DI PONDOK PESANTREN DAARUL IKROM KEDONDONG PESAWARAN”** yang ditulis oleh:

Nama : Yosi Delfiyanti
NPM : 1641010126
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

MENYETUJUI

Telah diperiksa oleh pembimbing I dan pembimbing II, maka untuk itu pembimbing I dan pembimbing II menyetujui untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. H.M. Nasor, M.Si
NIP. 195707151987031003


Khairullah, S.Ag., MA
NIP. 197303052000031002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si
NIP. 197209291998031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let.Kol. H. Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Telp (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM REKRUTMEN CALON SANTRI DI PONDOK PESANTREN DAARUL IKROM KEDONDONG PESAWARAN”** disusun oleh, Yosi Delfiyanti, NPM: 1641010126, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal: Jum’at/ 23 Oktober 2020

Tim Penguji

Ketua : **Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I** (.....)

Sekretaris : **Septy Anggrainy, M.Pd** (.....)

Penguji I : **Dr. Fariza Makmun, S.Ag., M.Sos.I** (.....)

Penguji II : **Prof.Dr.H.M.Nasor, M.Si** (.....)

Penguji III : **Khairullah, S.Ag., MA** (.....)

Mengetahui



Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si

NIP: 196104091990031002

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'Alamin

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, dan kerendahan hati yang mendalam, penulis persembahkan sebuah karya yang sangat sederhana ini, kepada:

1. Ayahanda Maizar dan Ibunda Maryanun yang sangat penulis cintai dan banggakan, yang tiada hentinya berusaha mendidik dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan kasih sayang, terima kasih atas setiap tetes keringat yang dikorbankan untukku, terima kasih atas setiap do'a yang selalu terucap untuk kelancaran dan kesuksesanku, semoga Allah SWT memberikan kebaikan yang lebih baik di dunia hingga akhirat.
2. Kakakku Sefti Mardaliza dan adik-adikku Amelia Pasya, dan Muhammad Nur Rizki yang penulis sayangi, terima kasih telah memberi dorongan dan semangat demi keberhasilanku.
3. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampug yang selama ini telah menjadi tempatku menimba ilmu serta menempa diri menjadi pribadi yang jauh lebih baik dari sebelumnya.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Yosi Delfiyanti. Di lahirkan di Desa Kedondong Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran pada tanggal 27 Juni 1999, anak kedua dari empat bersaudara pasangan ayahanda Maizar dan ibunda Maryanun. Penulis mempunyai 1 orang kakak bernama Sefti Mardaliza dan 2 orang adik bernama Amelia Paya dan Muhammad Nur Rizki.

Adapun riwayat pendidikan penulis, dimulai dari Sekolah Dasar di SDN 1 Kedondong lulus pada tahun 2010. Lalu melanjutkan ke MTs N 1 Kedondong, lulus pada tahun 2013. Lalu dilanjutkan ke MAN 1 Pesawaran dan lulus pada tahun 2016. Kemudian atas izin Allah SWT penulis melanjutkan pendidikan program S1 di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) dan terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), UIN Raden Intan Lampung.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur kepada Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Komunikasi Persuasif dalam Rekrutmen Calon Santri di Pondok Pesantren Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran”**. Shalawat serta salam semoga selalu tersampaikan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang selalu menjadi inspirator bagi setiap muslim dan semoga kita termasuk kaum yang mendapatkan syafa’at-Nya di hari akhir, aamiin.

Penulis menyadari dalam setiap pencapaian membutuhkan sebuah proses yang tidak mudah, sama halnya dengan penulisan skripsi ini, dan proses dari penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak tersebut, diantaranya.

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.,Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak M. Apun Syaripudin, S. Ag.,M.Si selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Bunda Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos.I selaku sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Prof. Dr. H.M. Nasor, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu dan juga pikiran dalam memberikan arahan, bimbingan dan dukungannya kepada penulis.

5. Bapak Khairullah, S.Ag., MA selaku dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan dan arahnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
7. Para petugas perpustakaan baik Fakultas maupun pusat di lingkungan kampus yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengumpulkan bahan skripsi.
8. Buyah Ikrom selaku pimpinan pondok pesantren Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran beserta pengurus pondok dan ustadz serta ustadzah, yang telah terlibat memberikan sumber data serta informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa suatu halangan apapun.
9. Bapak, Ibu, Kakak, dan Adik-adikku serta keluarga besar tercinta yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang selalu mendo'akan dan menjadi semangat bagiku.
10. Sahabat-sahabatku tercinta, Rita Retno Anggraini S.Sos, Mika Sartika Dewi S.Sos, Indah Lusiana S.Sos, Ayu safitri S.Sos, Eka Fitriani, Dinda Marsya, Rizkia Septi Ayu, Devi Saraswati, Yusuf Ansuhar, Riky Orlando, dan Arya Wiradinata.
11. Rekan-rekan seperjuanganku di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi angkatan 2016 khususnya KPI B yang tidak bisa penulis sebutkan satu

persatu, terima kasih rasa saling support, saling mendo'akan selama ini, terus berjuang berkarya.

12. Teman-teman KKN squad (Deby Tri Sintia, Indri Ade Gusanti, Cindy Azizah), dan yang lainnya terima kasih sudah saling menyemangati dan menghibur selama ini.
13. Sahabat-sahabat Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Rayon Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya (mba Vivi Rachmawati, Larashati Novia Rizky, Titin Cahyati, Shellsy Meyladita) dan sahabat-sahabat lainnya, yang sudah memberikan pengalaman dan kenangan yang tidak pernah kualami sebelumnya.
14. Kawan-kawan Forum Komunikasi Nasional Komunikasi dan Penyiaran Islam (Forkomnas KPI) wilayah 4 (Sumatera) dan se-antero Indonesia.
15. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 23 Oktober 2020
Penulis,

Yosi Delfiyanti
NPM. 1641010126

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	4
C. Latar Belakang Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Metode Penelitian.....	11

BAB II Komunikasi Persuasif, Rekrutmen, dan Pondok Pesantren

A. Kajian Teori	
1. Komunikasi Persuasif	
a. Pengertian Komunikasi Persuasif	17
b. Prinsip dan Tujuan Komunikasi Persuasif	23
c. Teknik dan Strategi Komunikasi Persuasif	25
d. Tahapan Komunikasi Persuasif.....	28
e. Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Persuasif	30
2. Rekrutmen	
a. Pengertian Rekrutmen	34
b. Proses Rekrutmen	35
c. Sumber-Sumber Rekrutmen	37
d. Hambatan dalam Rekrutmen.....	39
3. Pondok Pesantren	
a. Pengertian Pondok Pesantren	41
b. Tujuan Pondok Pesantren.....	41
c. Fungsi Pondok Pesantren	45
d. Unsur-Unsur Pondok Pesantren	48
B. Tinjauan Pustaka	52

BAB III Pondok Pesantren Daarul Ikrom dan Implementasi Komunikasi Persuasif dalam Rekrutmen Calon Santri

A. Gambaran Umum Pondok Pesantren Daarul Ikrom	
1. Profil dan Sejarah	53
2. Visi dan Misi	55
3. Tujuan	56
4. Sasaran	56
5. Strategi, Metode Pendidikan dan Pengajaran.....	56
6. Kondisi Sarana dan Prasarana	56
7. Keadaan Ustadz, Pengasuh dan Santri	59
8. Struktur Kepengurusan.....	65
B. Komunikasi Persuasif dalam Rekrutmen Calon Santri di Pondok Pesantren Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran	
1. Prinsip dan Tujuan Komunikasi Persuasif	67
2. Teknik dan Strategi Komunikasi Persuasif	69
3. Proses Komunikasi Persuasif	72
4. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Persuasif	77

BAB IV Komunikasi Persuasif dalam Rekrutmen Calon Santri

A. Teknik Komunikasi Persuasif dalam Rekrutmen Calon Santri di Pondok Pesantren Daarul Ikrom	81
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Persuasif dalam Rekrutmen Calon Santri di Pondok Pesantren Daarul Ikrom	87

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran SK Judul
2. Surat Izin Survey
3. Pedoman Wawancara
4. Kartu Tanda Hadir Munasqosyah
5. Lampiran Kartu Konsultasi
6. Foto Dokumentasi



DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1: Brosur Penerimaan Santri Baru Pondok Pesantren Daarul I krom



DAFTAR TABEL

1. Tabel 1 : Struktur Kepengurusan Pondok Pesantren Daarul Ikrom
2. Table 2 : Jumlah Santri Madrasah Tsanawiyyah Daarul Ikrom
3. Tabel 3 : Jumlah Santri Madrasah Aliyah Daarul Ikrom



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan judul diperlukan untuk menghindari kesalah pahaman dan menjaga anggapan yang salah dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu penulis jelaskan masing-masing istilah yang terdapat di dalamnya. Skripsi ini berjudul “KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM REKRUTMEN CALON SANTRI DI PONDOK PESANTREN DAARUL IKROM KEDONDONG PESAWARAN” maksud judul tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

Komunikasi persuasif berasal dari dua kata yaitu komunikasi dan persuasif, ditinjau dari segi istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama maksudnya disini adalah sama makna.¹ Komunikasi secara sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan adanya informasi antara satu sama lain.

Sedangkan istilah persuasif bersumber pada pekatan Latin “*persuasio*” memiliki kata kerja “*persuadere*” yang berarti membujuk, mengajak, merayu. Persuasif bisa di lakukan secara rasional dan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi yaitu hal yang berkaitan dengan

¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2003), h.9

kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional, aspek simpati dan empati seseorang dapat di gubah.²

Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bersifat mempengaruhi *audience* atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.³ Komunikasi persuasif menurut Larson yaitu adanya kesempatan yang sama untuk saling mempengaruhi, memberi tahu audiens tentang tujuan persuasif. Yang dikehendaki dalam komunikasi persuasif adalah perubahan, keyakinan dan sikap, dimana perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru kehendak komunikan itu sendiri.

Dari pengertian diatas maksud dari penulis komunikasi persuasif adalah sebagai suatu rangkaian penyampaian tentang informasi, kegiatan yang dijalankan untuk mempengaruhi komunikan baik dari segi sifat, sikap, pandangan dan keyakinan melalui cara merayu, bujukan, mengajak minat masyarakat yang dalam hal ini pada proses pengrekrutan santri.

Konsep berikutnya adalah rekrutmen, Menurut R.Wayne Mondy pengertian rekrut adalah proses menarik orang-orang pada waktu yang tepat, dalam jumlah yang cukup, dan dengan persyaratan yang layak, untuk mengisi lowongan dalam organisasi.⁴ Rekrutmen yang penulis maksud dalam penelitian merupakan tindakan atau cara dari suatu instansi atau lembaga

² Herdiyan Maulana, Gumgum Gumelar, *Psikologi Komunikasi dan Persuasif* (Jakarta : Akademia Permata 2013),7

³ Mulyana Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2008), H.75

⁴ T. Hani Handoko, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta, BPFE, 2014), h. 69

untuk mencari seseorang agar masuk dan menempati ruang yang kosong demi perkembangan dan tercapainya visi dan misi yang telah ditetapkan sebagai pondasi awal kemajuan di lembaga tersebut.

Santri menurut bahasa berarti orang yang mendalami ilmu agama Islam disebut pesantren yang menjadi tempat belajar para santri.⁵

Pondok pesantren adalah tempat belajar para santri, sedangkan pondok berarti rumah atau tempat tinggal. kata pondok berasal dari bahasa Arab “*Funduq*” yang berarti “hotel atau asrama”. Pesantren atau pondok adalah lembaga yang dapat dikatakan merupakan wujud proses perkembangan sistem pendidikan dan selanjutnya, ia dapat merupakan bapak dari pendidikan Islam.⁶ Rabithah Maahid Islamiyah mendefinisikan pesantren sebagai lembaga *Tafaquh Fi Al-Din* yang mengemban misi meneruskan risalah Nabi Muhammad SAW sekaligus melastarikan ajaran agama Islam yang berhaluan *Ahlu Al-Sunnah Waal- Jama'ah,, Ala Tariqah Al-Mazahib Al,,Arba''ah*.⁷

Pondok pesantren yang dimaksud dalam penelitian adalah pondok pesantren Daarul Ikrom yang terletak di dusun Suka Bakti Desa Tempel Rejo Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran. Dalam hal ini sekilas mengenai cara rekrutmen yang digunakan melalui promosi dari perpaduan pemberian atau penerimaan keilmuan agama dan ilmu umum lainnya demi menciptakan kader da'i dan da'iyah yang berbakat, memiliki wawasan dan ilmu

⁵ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1988), h.783

⁶ Nata Abuddin dan Azra Azyumardi, *Sejarah Pertumbuhan Dan Perkembangan Lembaga-Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2001) h. 86.

⁷ Herman, *Sejarah Pondok Pesantren*, Jurnal Online Al-Ta'dib, Mahasiswa IAIN Kediri, V.6, No.02 Oktober 2013 diakses pada hari, Kamis 20 Febuari 2020, pukul 23.09 Wib, h. 5

pengetahuan yang luas, serta dapat menjadi contoh agar supaya menarik masyarakat untuk masuk pada Pondok Pesantren Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran.

Berdasarkan penegasan judul diatas maka yang dimaksud dalam judul penulis adalah komunikasi persuasif yang dilakukan pengurus pondok pesantren Daarul Ikrom dalam rekrutmen santri untuk mengajak, atau mempengaruhi masyarakat sehingga percaya dan yakin untuk memasukkan anaknya menjadi santri di pondok Pesantren Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan penulis memilih judul skripsi ini yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi merupakan suatu aspek kehidupan manusia yang mendasar, penting, dan kompleks, kehidupan sehari-hari kita di pengaruhi oleh komunikasi kita sendiri dengan orang lain, bahkan oleh pesan yang berasal dari orang yang kita tdak tahu. Komunikasi persuasif merupakan komunikasi yang paling efektif digunakan untuk mengajak dalam hal ini di terapkan pada pondok pesantren dalam mempromosikan lembaganya kepada masyarakat.
2. Untuk mengetahui seberapa pentingnya komunikasi persuasif dalam mengajak atau mempromosikan lembaga pendidikan pondok pesantren kepada masyarakat.
3. Mengenai Komunikasi Persuasif Dalam Merekrut Calon Santri (Di Pondok Pesantren Daarul Ikrom Kecamatan Kedondong Kabupaten

Pesawaran), peneliti salah satu warga yang berdomisili di desa Kedondong sehingga memudahkan dalam melakukan penelitian serta tersediannya sarana dan prasarana, referensi data-data yang menunjang penelitian.

C. Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan kehidupan sehari-hari tentu peran komunikasi sangatlah penting demi menunjang keharmonisan bermasyarakat karena komunikasi menjadi landasan utama dalam kehidupan, terlebih jika memiliki tujuan untuk meyakinkan dan membuat masyarakat tertarik terhadap apa yang ingin dicapai.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Komunikasi persuasif yaitu komunikasi yang bersifat mempengaruhi audience atau komunikannya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Nortsine menjelaskan bahwa komunikasi persuasif bukanlah hal yang mudah, banyak faktor yang harus dipertimbangkan agar komunikan mau mengubah sikap, pendapat, dan prilakunya.⁸

Komunikasi persuasif merupakan cara-cara yang digunakan dalam berkomunikasi untuk mempengaruhi minat, mengurangi permusuhan dan menggerakkan masyarakat agar dapat untuk mempengaruhi orang lain sesuai dengan keinginan kita, yang penulis fokuskan pada penelitian ini dengan menggunakan komunikasi persuasif yang berarti membujuk, mengajak,

⁸Soleh Soemirat, dkk, *Komunikasi Persuasif* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), h.27

merayu, serta meyakinkan masyarakat untuk mendaftarkan anaknya menjadi santri di pondok pesantren.

Dalam sistem pengrekrutan setiap pondok pesantren memiliki caranya tersendiri untuk mempromosikan kepada masyarakat, hal seperti ini sangat penting untuk dapat di pelajari lebih lanjut oleh pengurus pondok pesantren khususnya dalam bidang Sumber Daya Manusia (SDM), untuk dapat mengatur dan membuat perencanaan saat akan melakukan rekrutmen santri dan berhadapan dengan masyarakat perlu adanya komunikasi yang efektif agar pesan dan potensi-potensi yang ada dapat tersampaikan dengan jelas kepada masyarakat.

Santri memiliki arti orang yang mendalami pembelajaran ilmu agama kepada ustadz atau kiyai di pondok pesantren. Pandangan masyarakat muslim bahwa pondok pesantren hanya sebagai tempat orang belajar ilmu agama serta identik dengan kelatar belakangan, mungkin fenomena ini terjadi di semua pondok pesantren di Indonesia. Semakin menurunnya daya remaja dan masyarakat untuk menuntut ilmu di pondok pesantren, sejatinya peran masyarakat sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kemajuan pondok pesantren di era globalisasi.⁹

Pandangan kelatar belakangan terhadap pondok pesantren tersebut yang terkadang membuat masyarakat ragu untuk memasukkan anak-anaknya ke dunia perpondokan, karena kekhawatiran anaknya tidak akan mendapat

⁹ Ahmad dan Zainal, *Fenomena Pesantren*, Pdf Jurnal Online Mahasiswa Dakwah, Yogyakarta, 2014, diakses pada hari, Rabu 02 Oktober 2019, pukul 15.20 Wib, h. 3.

wawasan-wawasan modern. Akan tetapi penulis perlu mengenalkan bahwa pondok pesantren telah berbeda, dimana banyak saat ini telah banyak pondok pesantren berbasis modern yang telah menggunakan fasilitas canggih sama seperti sekolah-sekolah pada umumnya. Terlebih dalam menuntut ilmu, kita semua mengerti bahwa menuntut ilmu merupakan hal yang baik yang menjadikan kita berwawasan dan berpengetahuan sekaligus memperdalam ilmu agama, maka menjadi penting untuk mengenalkan dan menumbuhkan kepada masyarakat untuk tertarik pada pondok pesantren. Sebagaimana Allah Swt, berfirman dalam hal menuntut ilmu:

عَلَّمَ بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الَّذِي لَا كَرَمُ وَرَبُّكَ أَقْرَأُ عَلَّقَ مِنْ أَلَانَسْن خَلَقَ الَّذِي رَبِّكَ بِاسْمِ أَقْرَأُ
يَعْلَمُ لَمْ مَّا أَلَانَسْن

“Artinya: Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhamnu yang menciptakan, Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha mulia, Yang mengajar (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang belum diketahuinya.”
(Q.S : Al-Alaq ayat 1-5)¹⁰

Qur'an surah Al-Alaq ayat 1-5 tersebut menjelaskan untuk terus bersyukur dengan menyebut nama-Nya. Allah Swt, menganjurkan umat muslim untuk selalu membaca, membaca dalam hal ini yaitu membaca kitab suci Al-Qur'an maupun membaca buku pengetahuan lain. Dalam dunia pesantren santri bisa secara rutin membaca bahkan menghafal Al-Qur'an, karena sebab ini lah menjadi daya tarik yang kuat masyarakat terhadap pondok pesantren.

¹⁰ Al-Qur'an Nu Karim

Seperti Pondok Pesantren Daarul Ikrom di Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran, pondok pesantren ini tidak melepas kultur yang memang sudah menjadi dasar dari pondok pesantren. Tidak terlepas dengan adanya sarana dan prasarana yang memadai serta fasilitas canggih yang menunjang pendidikan, menjadikan pondok pesantren ini tidak kalah dengan sekolah umumnya karena didalamnya terdapat jenjang pendidikan Madrasah Tsanawiyah (MTs) dan Madrasah Aliyah (MA).

Dalam hal ini komunikasi persuasif merupakan salah satu hal penting yang harus ada dalam proses mempengaruhi atau ajakan kepada masyarakat untuk memasukkan anaknya ke pondok pesantren, karena dalam mempengaruhi atau mengajak masyarakat diperlukan teknik serta maupun tahapan untuk menentukan berhasil atau tidaknya mereka dalam mempengaruhi/ mengajak pada saat rekrutmen santri.

Sistem perekrutan santri yang diterapkan oleh pengurus pondok pesantren Daarul Ikrom saat ini dengan menyebarkan informasi-informasi seputar penerimaan santri baru menggunakan spanduk, banner, beleho dan lainnya yang disebar di berbagai wilayah yang ada di provinsi Lampung. Wali santri yang mengetahui adanya informasi tersebut mendatangi atau sekedar bersilaturahmi bertanya-tanya mengenai pondok pesantren, pada saat itu lah pengurus pondok mulai mempengaruhi wali santri untuk mengajak, merayu, atau meyakinkan dengan cara menjelaskan keunggulan-keunggulan

yang ada sehingga wali santri yakin dan tertarik mendaftarkan anaknya dipondok pesantren Daarul Ikrom.¹¹

Melihat dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik mengangkatnya menjadi sebuah skripsi yang berjudul “Komunikasi Persuasif dalam Rekrutmen Calon Santri di Pondok Pesantren Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran”. Adapun yang dimaksud dalam studi ini adalah penelitian yang bertujuan untuk mengungkap teknik komunikasi persuasif pada proses rekrutmen yang dilakukan oleh pengurus pondok pesantren Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran dalam merekrut calon santrinya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana teknik komunikasi persuasif yang dilakukan Pondok Pesantren Daarul Ikrom dalam merekrut calon santri?
2. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat Pondok Pesantren Daarul Ikrom dalam upaya merekrut calon santri?

E. Tujuan Penelitian

Adapula yang menjadi tujuan melakukan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif di Pondok Pesantren Daarul Ikrom dalam merekrut calon santrinya.

¹¹ Wahyudi Utomo Lubis, S.Pd.I, Panitia Penerimaan Santri Baru, wawancara dengan penulis, Senin, 10 Agustus 2020. di Yayasan Daarul Ikrom, pukul 11.15 WIB

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat yang di alami Pondok Pesantren Daarul Ikrom dalam merekrut calon santri.

F. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Harapan penulis, tulisan ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu dan menambah wawasan dibidang komunikasi persuasif, terkait dengan penetapan cara merekrut santri untuk mencapai tujuan pada sebuah lembaga pondok pesantren.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam mengembangkan keilmuan mahasiswa/i UIN Raden Intan Lampung khususnya jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

G. Metode Penelitian

Metode merupakan aspek yang penting dalam penelitian. Metode adalah cara teratur yang di gunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai yang dikehendaki, untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan.¹² Oleh karena itu penulis menjelaskan hal-hal terkait dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

¹²Asep Saepul Muhtadi, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2015), h.1

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian jenis lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya.¹³ Penelitian lapangan atau (*field research*) adalah kegiatan ini dilakukan di masyarakat tertentu, baik di lembaga-lembaga dan organisasi kemasyarakatan atau lembaga pemerintah.¹⁴ Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah komunikasi persuasif dalam perekrutan calon santri di Pondok Pesantren Daarul Ikrom yang terletak di Desa Kedondong Kabupaten Pesawaran.

b. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pemaparan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta.¹⁵ Jadi dalam hal ini penulis hanya mengungkapkan data sesuai dengan apa adanya, guna memberikan penjelasan dan jawaban dengan mendeskripsikan tentang sistem perekrutan di pondok pesantren Daarul Ikrom.

¹³ Kartini Krtono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung, Mandar Maju, 1996), h.32

¹⁴ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta, Gadjah Mada University press, 1998, Cet. Ke-VIII), h.31

¹⁵ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010), h.75

2. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah menjelaskan asal suatu data penelitian diperoleh.¹⁶ Sumber data terbagi atas sumber data primer dan sumber data sekunder:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh melalui pihak pertama yang memiliki suatu data, Sumber primer menunjukkan keaslian suatu informasi yang terdapat didalam data tersebut. Sumber data primer yang penulis dapatkan langsung dari data lapangan yakni pengurus pondok pesantren Daarul Ikrom Kedondong Pesawaran bagian sumber daya manusia (SDM), panitia penerimaan santri baru, dan santri yang terkena dampak rekrutmen sebanyak 10%.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak kedua atau sumber-sumber lain yang ikut mengetahui atau memiliki suatu data. Sumber sekunder ini dapat diragukan keasliannya karena data telah diolah atau diinterpretasi dan disajikan sesuai dengan kepentingan pemegang data.

Adapun yang penulis maksud data pelengkap yang diperoleh tidak melalui tangan pertama, melainkan melalui tangan kedua, ketiga dan seterusnya.

¹⁶ Willy Abdullah, *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018), h.105

3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu langkah dalam aktifitas, sebab kegiatan ini sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian, karena kualitas data ditentukan oleh kualitas alat pengambilan data atau pengukurannya.¹⁷

Untuk pengumpulan data digunakan berbagai cara untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Penulis mencari data yang dibutuhkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

3. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi, dalam proses ini hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi.¹⁸ Adapun jenis wawancara yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur yaitu suatu pelaksanaan saat melakukan wawancara, pengumpulan data telah menyiapkan instrument atau catatan penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang jawabannya sudah disiapkan. Sehingga dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberikan pertanyaan dan pengumpul data mencatatnya.

Penulis melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber yaitu, pengurus pondok pesantren Daarul Ikrom bagian sumber daya manusia (SDM), panitia penerimaan santri baru, dan santri.

¹⁷ Sumadi Surybata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1983), h.123

¹⁸ Singarimbun Masri, Effendi Sofian, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia, 1989), h. 192

Penulis menggunakan metode wawancara ini sebagai salah satu cara menggali data dan informasi dari pengurus pondok pesantren bagian bidang sumber daya manusia (SDM) dalam pelaksanaan rekrutmen tentang komunikasi persuasif dalam rekrutmen calon santri di pondok pesantren Daarul Ikrom Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran serta faktor pendukung dan penghambat pelaksanaannya.

a. Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.¹⁹ Observasi adalah proses pengamatan perilaku atau aktivitas yang terjadi untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian melalui pemilihan, pencatatan, rangkaian perilaku dan suasana dalam rangka tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi secara langsung, dengan menggunakan teknik observasi yang dilakukan ini bertujuan untuk memudahkan penulis mengetahui keadaan umum dan mendapatkan informasi data di Pondok Pesantren Daarul Ikrom Kecamatan Kedondong Kabupaten Pesawaran. Berdasarkan hasil observasi yang penulis dapat, terdapat penyebaran informasi penerimaan santri baru pondok pesantren Daarul Ikrom menggunakan media cetak yaitu banner, yang berlokasi di lapangan Tritura Desa Kedondong.

¹⁹ Cholid Narbuko, H. Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 58

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditunjukkan ke objek penelitian. Dokumentasi dapat berupa catatan, buku harian, notulen rapat, majalah, buletin dan sebagainya.²⁰

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan *research Document*, dimana peneliti akan mengumpulkan data-data dan literatur yang dapat menunjang dan keberhasilan penelitian, baik melalui variable yang berupa catatan, transkrip, maupun buku-buku yang berkaitan dengan penulisan skripsi. Dalam hal ini penulis akan mencari data-data yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini sebagai pendukung dan pelengkap dari data wawancara dan observasi.

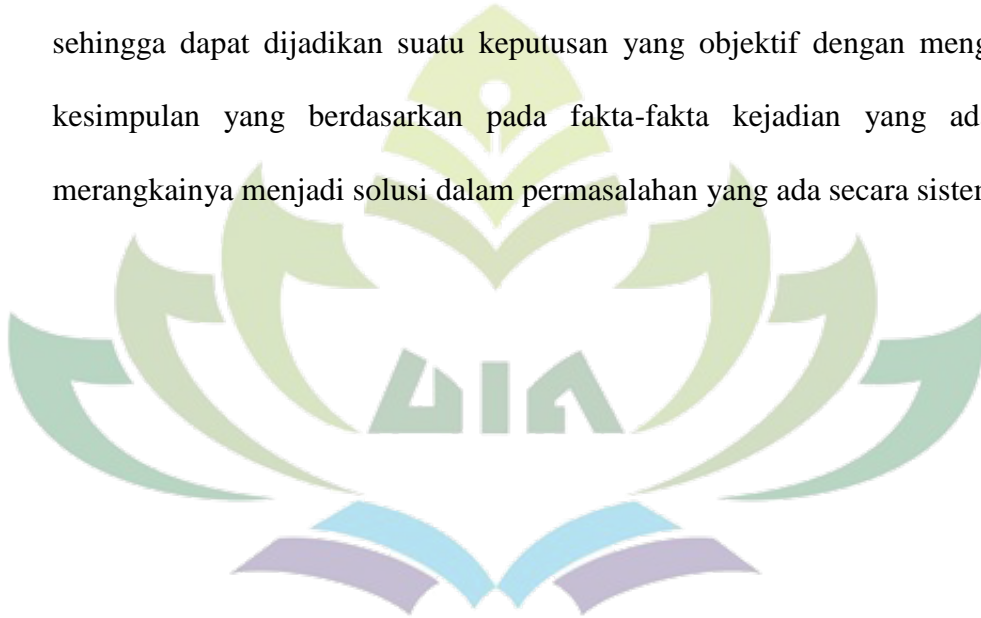
4. Analisis Data

Tujuan dari penelitian analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokkan, sistemisasi, penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis, dan ilmiah.²¹ Dalam konteks penelitian analisis dapat diartikan sebagai kegiatan membahas, memahami secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara makna tafsirkan, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

²⁰ Irawan Suhartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h.70

²¹ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010), h. 198

Dalam hal ini penulis menggunakan analisa kualitatif, artinya bahwa data yang terkumpul tersebut kemudian digambarkan dengan kata-kata, dipisahkan menurut pola berfikir induktif, yaitu melihat fakta-fakta dan peristiwa-peristiwa secara khusus kemudian digeneralisasikan bersifat umum.²² Dari proses analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini yaitu setelah data terkumpul, kemudian data dipilih terlebih dahulu, selanjutnya penulis akan mengolah dan menganalisis data hasil penelitian sehingga dapat dijadikan suatu keputusan yang objektif dengan mengambil kesimpulan yang berdasarkan pada fakta-fakta kejadian yang ada dan merangkainya menjadi solusi dalam permasalahan yang ada secara sistematis.



²²Emzir, *Mestode Penelitian Kualitatif*,(Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 8

BAB II

Komunikasi Persuasif, Rekrutmen, Pondok Pesantren

A. Kajian Teori

1. Komunikasi Persuasif

a. Pengertian Komunikasi Persuasif

Istilah “persuasi” atau dalam bahasa Inggris *persuasion*, berasal dari kata *Latinpersuasion*, yang secara harfiah berarti hal yang membujuk, mengajak, atau meyakinkan.²³

De Vito menjelaskan dalam buku antar manusia sebagai berikut: pembicaraan persuasif mempertengahan pembicaraan yang sifatnya memperkuat, memberikan ilustrasi, dan menyodorkan informasi kepada khalayak. Akan tetapi tujuan pokoknya adalah menguatkan atau mengubah sikap dan prilaku, sehingga menggunakan fakta, pendapat, dan himbauan motivasional harus bersifat memperkuat persuasifnya.²⁴

Istilah persuasi sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari, yang artinya kurang lebih sama dengan bujukan dalam bahasa Indonesia. Namun, secara ilmiah persuasif dapat didefinisikan sebagai proses mempengaruhi sikap, pendapat dan prilaku orang lain dengan cara dan tujuan tertentu. Karena persuasif bertujuan untuk mengubah prilaku orang lain, maka menggunakan pendekatan psikologis yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain dan menggunakan proses komunikasi.²⁵

²³ Maulana Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008), h.77

²⁴ *Ibid*, h.78

²⁵ Yosol Iriantara, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2011), h.4.16

Para ahli komunikasi sering kali menekankan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologis. Penegasan ini dimaksudkan untuk mengadakan perbedaan dengan koersi (*coersion*). Tujuan persuasi dan koersi adalah sama, yakni untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, tetapi jika persuasi dilakukan dengan cara membujuk, merayu, meyakinkan secara halus, luwes yang mengandung sifat-sifat manusiawi, sehingga terjadi kesadaran untuk berubah pada diri komunikan yang terjadi secara sukarela tanpa adanya paksaan. Sedangkan pada komunikasi koersif perubahan sikap dan perilaku terjadi dengan perasaan terpaksa mengandung sanksi atau ancaman dari komunikator.²⁶

Komunikasi persuasif menggunakan informasi tentang situasi psikologis dan sosiologis yang diinginkan oleh penerima pesan. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar komunikasi kita menjadi persuasif atau bisa mempengaruhi orang lain, yaitu:

- a. Komunikator
- b. Pesan
- c. Saluran
- d. Penerima

Komunikator : agar komunikasi yang dilakukan oleh komunikator menjadi persuasif, maka komunikator harus mempunyai kredibilitas yang tinggi. Yang dimaksud dengan kredibilitas disini adalah komunikator yang mempunyai pengetahuan terutama tentang apa yang disampaikan.

²⁶*Ibid*, h. 84

Pesan : adalah hal-hal yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima, yang bertujuan agar komunikan melakukan hal-hal yang disampaikan dalam pesan tersebut.

Saluran : adalah media atau sara yang digunakan agar pesan dapat disampaikan oleh komunikator kepada komunikan sehingga komunikasi bisa persuasif, maka media atau saluran yang digunakan harus tepat. Saluran atau media harus dipertimbangkan karakteristik kelompok sasaran, baik budaya, bahasa, kebiasaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain.

penerima : orang-orang yang menerima pesan dari komunikaor, yang biasa disebut dengan komunikan. Dalam berkomunikasi, khalayak sasaran komunikan juga perlu menjadi perhatian. Bagaimana karakteristik, kelompok pemasaran, sosial budaya, bahasa, kebudayaan, maupun tingkat pendidikan, dan lain-lain karena sangat dibutuhkan dalam memformulasikan yang akan disampaikan.²⁷

Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi persuasif sangat banyak digunakan. Seperti iklan, ceramah, himbauan, dan sebagainya. Sedangkan dalam konteks komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) komunikasi persuasif juga banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Ada tiga alat utama yang biasa digunakan untuk melakukan komunikasi persuasif yaitu: sikap (*attitudes*), kepercayaan (*beliefs*), dan perilaku (*behaviors*).²⁸

²⁷ Maulana Deddy, Ibid, h.80

²⁸ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: CV. Gaya Media Pratama, 1997), h.11

Dari paparan definisi para ahli diatas masing-masing memiliki pokok kekuatan sehingga menciptakan makna yang beragam. Maka dapat penulis simpulkan bahwa komunikasi persuasif adalah cara komunikator dalam melakukan upaya mengubah sikap, pendapat, yang bertujuan untuk meyakinkan komunikan melalui ajakan atau bujukan secara luwes, manusiawi, dan halus. Maka hasil akhir yang diharapkan adalah munculnya kesadaran, keyakinan, serta adanya keinginan untuk bertindak sesuai yang dikatakan oleh komunikator.

Sebagaimana sabda Nabi SAW :

من دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ

“Barang siapa yang menunjukan kepada suatu kebaikan, maka baginya pahala seperti orang yang melaksanakannya” (HR. Muslim No. 1893)

Menurut hadits di atas yakni kandungan yang menyangkut tentang komunikasi persuasif dengan perintah yang diberikan Nabi SAW kepada umatnya yang mana menyampaikan atau mengajak dalam suatu kebaikan akan mendapatkan pahala seperti yang melaksanakan kebaikan tersebut.

Dalam upaya melakukan persuasi, tentu perlu adanya teori yang menjadi dasar pandangan komunikator. Di komunikasi persuasif sendiri terdapat beberapa teori yang sering digunakan, antara lain sebagai ikut:

a. Teori Information Integration

Teori information dikaitkan dengan *public relation* atau hubungan masyarakat artinya hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat. Salah satu tugasnya adalah mempengaruhi publik dengan

memberikan informasi tertentu. Teori ini mengasumsikan individu sebagai manusia yang mempunyai kemampuan mengolah pesan atau informasi.²⁹

Menurut Heath (2005) Teori information dan integration menjelaskan bahwa dalam mempengaruhi orang lain dengan memadukan atau mengintegrasikan informasi dan hal-hal yang positif. Teori ini menganggap individu mampu mengolah informasi terkait suatu hal sehingga bisa menentukan sikapnya. Oleh karena itu, upaya penyebaran informasi oleh suatu lembaga atau perusahaan yang dilakukan secara berkelanjutan dapat dimengerti oleh individu dengan informasi atau pengetahuannya sehingga dapat mengubah khalayaknya.³⁰

b. Prinsip dan Tujuan Komunikasi Persuasif

Ada empat prinsip dasar dalam komunikasi persuasif yang dapat menentukan efektivitas dan keberhasilan komunikasinya, yakni sebagai berikut:

a. Prinsip pemaparan yang selektif (*the selective exposure principle*)

Prinsip ini menyatakan bahwa pada dasarnya audiens akan mengikuti hukum pemaparan selektif, yang menegaskan bahwa audiens akan secara aktif mencari informasi yang sesuai dan mendukung opini, keyakinan, nilai, keputusan, dan perilaku mereka, dan sebaliknya audiens akan menolak atau menghindari informasi-informasi yang berlawanan dengan opini, kepercayaan, sikap, nilai, dan perilaku mereka.

²⁹Mishbah El Yaser, *Upaya Komunikasi Persuasif Berzakat Ke Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)*, Pdf Jurnal Online Mahasiswa Komunikasi, Padang 2016, diakses pada hari Minggu 27 September 2020.

³⁰*Ibid*

b. Prinsip partisipasi audiens (*the audience participation principle*)

Prinsip ini menyatakan bahwa daya persuasif suatu komunikasi akan semakin besar manakala audiens berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi tersebut. Bentuk partisipasi bisa dalam berbagai bentuk aktivitas seperti dalam menentukan tema slogan, dan lainnya.

c. Prinsip Sutikan (*The Inoculation Principle*)

Audiens telah memiliki pendapat dan keyakinan tertentu, maka pembicaraan komunikasi perusatif biasanya dimulai dengan memberi pembenaran dan dukungan atas keyakinan dan pengetahuan yang dimiliki oleh audiens.

d. Prinsip perubahan yang besar (*the magnitude of change principle*)

Prinsip itu menyatakan, bahwa semakin besar, semakin cepat dan semakin penting perubahan yang ingin dicapai, maka seorang penyampai pesan mempunyai tugas dan kerja yang lebih besar, serta komunikasi yang dilakukan membutuhkan perjuangan yang lebih besar.³¹

Menurut Scott M. Culip dan Allen H. Center (1978) ada empat prinsip strategi komunikasi persuasif, yaitu:

- 1) Prinsip identifikasi, yaitu susunan pesan persuasi yang memperlihatkan kepentingan sasaran.
- 2) Prinsip tindakan, yaitu gagasan harus disertai tindakan nyata, jika hal ini tidak dilakukan sangat sulit mengubah perilaku orang.

³¹ James G. Bobbins dan Barbara S. Jones, *Komunikasi yang efektif*, (Jakarta:CV. Pedoman Ilmu Jaya, 2006), h.16

- 3) Prinsip familiaritas dan kepercayaan, yaitu orang akan menerima pesan persuasi manakala disampaikan oleh orang yang dipercayainya.
- 4) Prinsip kejelasan, yaitu pesan persuasi harus jelas dan dapat dipahami sasaran.

Komunikasi persuasif memiliki tujuan jelas yang harus dicapai agar berhasil sesuai dengan keinginan. Tujuan komunikasi persuasif yang dianggap penting ada dua, yaitu:

- a. Mengubah atau menguatkan keyakinan (*believe*) dan sikap (*attitude*) audiens.
- b. Mendorong audiens melakukan sesuatu atau memiliki tingkah laku (*behavior*) tertentu yang diharapkan.³²

Dari uraian empat prinsip serta tujuan komunikasi persuasif yang telah dijelaskan diatas, menurut penulis prinsip yang paling efektif adalah menggunakan prinsip partisipasi audiens karena hal ini mendukung pada sistem media yang digunakan dalam rekrutmen santri di pondok pesantren Daarul Ikrom.

c. Teknik dan Strategi Komunikasi Persuasif

Teknik pada umumnya diartikan sebagai cara atau metode yang digunakan untuk tercapainya tujuan tertentu. Ada beberapa teknik yang lumrah digunakan dalam komunikasi persuasif sehingga pesan dapat tersampaikan secara maksimal, yaitu sebagai berikut:

³²*Ibid*, h.21

- a. Teknik integrasi, teknik ini adalah menyatukan diri komunikator dengan diri komunikan menggunakan kata-kata verbal yang menyatakan kesatuan, contohnya kata “kita”, bukan menggunakan kata “saya” atau “kami”. Ini bermakna bahwa yang dibicarakan komunikator bukan kepentingannya sendiri, melainkan juga kepentingan komunikan.
- b. Teknik ganjaran, teknik ini adalah upaya mempengaruhi orang lain dengan mengiming-imingi sesuatu yang menguntungkan atau memberi harapan tertentu. Nilai-nilai positif yang diberikan kepada komunikan seperti menggambarkan hasil yang didapat kedepannya akan menjadi daya tarik tersendiri komunikan untuk menerima pesan yang disampaikan komunikator.
- c. Teknik tataan (*icing technique*), ialah upaya menyusun pesan komunikasi dengan sedemikian rupa sehingga baik untuk didengar, dilihat, dan dibaca agar orang cenderung mengikuti saran pesan tersebut.
- d. Teknik penanaman (*planting*), ialah cara mengajak sasaran dengan menggunakan pengertian-pengertian pemahaman yang sesuai dengan pesan-pesan yang ingin disampaikan.³³
- e. Teknik Asosiasi, adalah penyajian pesan komunikasi dengan jalan menumpangkan pada suatu peristiwa yang aktual atau sedang menarik

³³ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2019), h.274

perhatian dan minat massa.³⁴ Pada teknik ini menandakan kepada komunikator bahwa penyajian pesan dapat mempengaruhi perhatian komunikator.

Dalam hal ini teknik komunikasi persuasif yang dilakukan yaitu untuk mengajak, mempengaruhi orang lain agar tertarik pada pondok pesantren sehingga dapat menjadi penerus atau mencetak generasi muslim yang berwawasan pengetahuan yang luas. Sebagaimana Allah Swt, berfirman dalam hal mengajak kebaikan:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

“Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah[845] dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S : An-Nahl ayat : 125)

Strategi komunikasi persuasif selain perlu merumuskan tujuan yang jelas juga harus memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak atau komunikator, penerima pesan, pesan dan saluran yang digunakan.³⁵ Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Bell Roceach mengemukakan tiga strategi komunikasi persuasif, yaitu sebagai berikut:

³⁴ Pawit M. Yusuf, *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h.122

³⁵ Ezi Hendri, *Ibid*, h.290

a. Strategi Psikodinamika

Psikodinamika adalah orientasi teoritis yang menekankan perilaku tanpa disadari. Karena sifat manusia kompleks, terbentuk dari unsur biologis dan emosional maka strategi psikodinamika menekankan aspek dari internal seseorang. Strategi ini mengarah pada pemahaman bagaimana karakter personal manusia menentukan arah perubahan sikap. Karena bersifat internal, strategi ini bekerja atas dasar dorongan internal sehingga kadang-kadang respons terjadi diluar kesadaran individu.

b. Strategi Persuasi Sosiokultural

Strategi persuasi sosiokultural adalah perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan luar dari individu. Perspektif sosiokultural menekankan bahwa individu terpengaruh orang lain baik instansi sosial atau kekuatan sosial dari dunia yang mengelilinginya (Halgin, 2012). Para ahli juga meyakini perubahan sikap dan perilaku dapat dipengaruhi oleh masyarakat (lingkungan).

d. Tahapan-Tahapan Komunikasi Persuasif

Berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis. Dalam komunikasi ada sebuah formula yang dapat dijadikan landasan pelaksanaan yang disebut AIDDA yakni:

- a) *Attention* (perhatian) yang dimaksud disini adalah khalayak dapat memperhatikan pesan yang disampaikan komunikator secara sengaja, karena ia berkeinginan untuk mendengarkannya.

- b) *Inters* (Minat) : pada tahap kita berusaha agar khalayak menyetujui gagasan yang kita kemukakan atau memahami pokok yang kita sampaikan.
- c) *Desire* (Hasrat) : pada tahap ini dalam diri khalayak timbul keinginan untuk melakukan perubahan dan berusaha untuk merealisasikannya.
- d) *Dection* (Keputusan) : pada tahap ini, khalayak dapat menentukan tindakan yang akan diambilnya.
- e) *Action* (Kegiatan) : ialah merumuskan visualisasi dalam bentuk sikap dan keyakinan tertentu, atau tindakan yang nyata.³⁶

Tahapan komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian. Upaya dilakukan melalui gaya bicara, dengan kata-kata yang meyakinkan, penampilan ketika menghadapi khalayak. Setelah itu menumbuhkan minat pada komunikan, yakni dengan mengutarakan hal-hal yang menyangkut kepentingan komunikasi. Karena itu komunikator harus mengetahui komunikan. Tahap selanjutnya adalah munculkan hasrat pada komunikan untuk melakukan ajakan, bujukan atau rayuan komunikator. Dalam tahap ini, komunikator dapat menyampaikan imbauan emosional sehingga komunikan dapat berlanjut ketahan

³⁶Jalaludi Rahmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung, Remaja Rosda Karya, 2008), h.37

berikutnya, yakni mengambil keputusan dan melakukan kegiatan yang diharapkan oleh komunikator.³⁷

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa tahapan-tahapan komunikasi persuasif mulai dari perhatian hingga tindakan, harus dilaksanakan secara sistematis atau terencana agar komunikasi persuasif yang disampaikan sesuai dengan keinginan komunikator.

e. Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Persuasif

Dalam upaya melakukan persuasi, tentulah terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu komunikasi, agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif dan juga dapat menjadi bahan evaluasi pengirim pesan. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor pendukung dan faktor penghambat.

Adapun faktor pendukung komunikasi persuasif yaitu:

- a. Mendengarkan : Mendengarkan komunikasi harus dilakukan dengan pikiran dan hati serta segenap indra yang diarahkan kepada si pendengar.
- b. Pernyataan : Komunikasi pada hakikatnya kegiatan menyatakan suatu gagasan (isi hati dan pikiran) dan menerima umpan balik yang berarti menafsirkan pernyataan tentang gagasan orang lain.
- c. Keterbukaan : Orang yang senantiasa tumbuh, sesuai dengan zaman adalah orang yang terbuka untuk menerima masukan dari orang lain,

³⁷Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, offset, 2008), h.25

merenungkan dengan serius, dan mengubah diri bila perubahan dianggap sebagai pertumbuhan kearah tujuan.

- d. Kepekaan : Kepekaan adalah kemahiran membaca badan, komunikasi yang tidak dicukupkan dengan kata-kata.
- e. Umpan balik : Sebuah komunikasi baru bernama timbal balik lalu pesan yang dikirim berpantulan, yakni mendapat tanggapan yang dikirim kembali.³⁸

Didalam kajian ilmu komunikasi, apapun teknik komunikasi yang dilakukan pada hakikat yang kehendaknya dicapainya adalah tujuan komunikasi yang telah ditetapkan ketika tujuan komunikasi bisa dicapai, maka pada saat itulah komunikasi dikatakan efektif.

Faktor-faktor penghambat yaitu:

- 1) Kurangnya perencanaan dalam komunikasi
- 2) Perbedaan persepsi
- 3) Perbedaan harapan
- 4) Kondisi fisik atau mental yang kurang baik
- 5) Pesan yang tidak jelas
- 6) Prasangka yang buruk
- 7) Transmisi yang kurang baik
- 8) Penilaian atau evaluasi yang premature
- 9) Tidak adanya kepercayaan
- 10) Adanya ancaman

³⁸ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Ibid, h.41

11) Perbedaan status, pengetahuan bahasa

12) Distorsi.³⁹

Faktor penghambat komunikasi ini mungkin dapat dikatakan sebagai lawan dari faktor pendukung komunikasi diatas. Bilamana dalam komunikasi ini kurang adanya perencanaan, perbedaan persepsi, tidak adanya kepercayaan sehingga menyebabkan komunikasi tersebut tidak dapat berjalan dengan efektif sesuai dengan yang diharapkan oleh kedua pihak.

Selain itu terjadinya suatu hambatan dalam komunikasi menurut Phil Astrid.S.Susanto adalah:

- a. Perbedaan dalam status, pengalaman, dan tugas
- b. Prasangka-prasangka
- c. Kepentingan pribadi yang bertentangan dengan pihak lain
- d. Tantangan terhadap perubahan
- e. Keinginan untuk membantah dan menolak pada mengerti
- f. Menjauhi apa yang dianjurkan dan tidak mencari jawaban
- g. Perbedaan dalam bahasa.⁴⁰

Djen Amr menjelaskan bahwa factor-faktor pemghambat dan merugikan dalam komunikasi hingga penyimpanan pesannya terganggu baik komunikator maupun komunikan, yaitu:

- a) Faktor Motivasi, Motivasi seseorang atau suatu kelompok dapat mempengaruhi opini. Kepentingan seseorang atau kelompok akan

³⁹ *Ibid*, h.38

⁴⁰ Phil, Astrid S.Susanto, *Komunikasi Dalam Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta,1998), h.89

mendorong untuk bertaubat dan bersikap sesuai dengan kebutuhannya. Komunikasi yang tidak sesuai dengan motivasi akan mendapatkan kesulitan-kesulitan.

- b) Faktor Prasangka atau *Prajudice*, Bila seseorang telah dihinngapi perasaan prasangka dan bersikap curiga terhadap orang lain sehingga terjadi penilaian yang tidak objektif. Ini mempersulit komunikasi untuk mencapai hasil yang diinginkannya.
- c) Faktor Semantik, Adanya kata-kata yang mempunyai arti tidak sama antara komunikator dan komunikan akan mengkaburkan makna komunikasi itu sendiri dan menimbulkan salah pengertian.
- d) Faktor Kegaduhan, Suara gaduh ini dapat dibuat dengan sengaja. Kegaduhan yang disengaja dengan tujuan mengganggu proses komunikasi. Kegaduhan yang tidak disengaja yaitu adanya gangguan yang terjadi secara tiba-tiba dari suatu kondisi atau benda lain jatuh dengan sendrinya.⁴¹

Hambatan komunikasi pada prinsipnya dapat diukur sesuai tingkatan rintangan tertentu. Berdasarkan beberapa faktor penghambat di atas sebagaimana dikemukakan oleh para ahli, maka dapat penulis simpulkan bahwa jika terjadinya faktor penghambat maka ada pula faktor pendukungnya, sehingga dengan adanya faktor pendukung tersebut dapat meminimalisir hambatan-hambatan yang terjadi, sehingga proses

⁴¹ M. Nasor, *Studi Ilmu Komunikasi* (Bandar Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Lampung, 2009), h.15

komunikasi persuasif dapat berlangsung secara efektif sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator dan komunikan.

B. Rekrutmen

1. Pengertian Rekrutmen

Sumber daya manusia adalah aset yang sangat berharga bagi setiap organisasi atau lembaga yang memberikan kontribusi besar kepada lembaga karena setiap anggota dari organisasi tersebut berpengaruh terhadap tujuan lembaganya. Hal ini tentu berkaitan dengan pengrekrutan. Rekrutmen adalah proses mencari, menemukan, mengajak dan kemudian menetapkan sejumlah orang sebagai calon anggota dengan karakteristik tertentu pada organisasi. Dubois dan Rothwel menyatakan bahwa rekrutmen adalah proses menarik sebanyak mungkin kualifikasi pelamar untuk lowongan yang ada dan bukan diantisipasi untuk posisi yang tersedia.⁴²

Drs. Fautisno Cardoso Gomes menyatakan bahwa “rekrutmen merupakan proses mencari, menemukan dan menarik para pelamar untuk dipekerjakan dalam suatu organisasi.”⁴³

Sedangkan menurut ahli lain menyebutkan bahwa rekrutmen adalah proses mencari, menemukan, mengajak, dan menetapkan sejumlah orang, baik dari dalam maupun dari luar lembaga sebagai calon anggota dengan karakteristik tertentu seperti yang telah ditetapkan dalam perencanaan sumber daya manusianya (SDM).

⁴² Lijan Poltak Sinambela, *Manajemen Sumber daya Manusia Membangun tim yang Solid Untuk Meningkatkan Kinerja*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2016), h.120

⁴³ T. Hani Handoko, *Manajemen Personalia dan Manajemen Sumberdaya Manusia*, (Yogyakarta, BPFE, IKPI, 2014), h.69

Rekrutmen pada dasarnya merupakan usaha untuk mengisi posisi yang kosong di lingkungan suatu lembaga atau organisasi. Sama halnya dengan sebuah pesantren, untuk mendapatkan santri terdapat dua sumber perekrutan, yakni sumber dari luar (eksternal) atau dari dalam (internal) organisasi. Rekrutmen merupakan suatu proses atau tindakan yang dilakukan oleh organisasi untuk mendapatkan tambahan anggota melalui beberapa tahapan yang mencakup identifikasi dan evaluasi sumber-sumber rekrutmen, menentukan kebutuhan anggota, proses seleksi, penempatan, dan orientasi keanggotaan.

2. Proses Rekrutmen

Proses rekrutmen pada dasarnya merupakan usaha sistematis yang dilakukan lembaga untuk menjamin mereka yang lulus atau diterima adalah mereka yang dianggap paling tepat dan sesuai dengan kinerja yang ditentukan dan jumlah yang dibutuhkan. Proses rekrutmen meliputi beberapa poin penting, menurut Simamora (1997:221), antara lain sebagai berikut:

a. Penyusunan strategi atau pola merekrut

Di dalam penyusunan pola ini, departemen sumber daya manusia bertanggung jawab dalam menentukan kualifikasi-kualifikasi pekerjaan, bagaimana karyawan direkrut, dimana, kapan pelaksanaan.

b. Pencarian anggota atau pelamar-pelamar

Setelah rencana dan strategi perekrutan disusun, aktivitas perekrutan sesungguhnya bisa berlangsung, melalui sumber-sumber perekrutan yang ada. Banyak atau sedikitnya pendaftar dipengaruhi

oleh usaha dari pihak perekrut dalam menginformasikan lowongan, salah satunya adanya ikatan kerjasama yang baik antara organisasi dengan sumber-sumber perekrutan eksternal seperti sekolah-sekolah, atau universitas.

c. Penyisihan atau ujian seleksi

Setelah lamaran-lamaran diterima, haruslah perlu penyaringan guna menyisihkan individu yang tidak memenuhi syarat berdasarkan kualifikasi-kualifikasi pekerjaan. Didalam proses ini memerlukan perhatian besar khususnya untuk membendung diskualifikasi karena alasan yang tidak tepat, sehingga didalam proses ini dibutuhkan kecermatan dari pihak penyaring sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dari organisasi maupun lembaga.

d. Pembuatan kumpulan pelamar

Kelompok pelamar yang diterima terdiri atas individu-individu yang telah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh perekrut dan merupakan kandidat yang layak dimasukkan ke database keanggotaan organisasi.

Langkah-langkah berikutnya dalam proses perekrutan adalah menentukan apakah calon memenuhi syarat tersedia dalam perusahaan (sumber internal) atau harus dicari dari luar organisasi (sumber eksternal). Memanfaatkan sumber-sumber pelamar yang produktif dan menggunakan metode-metode serta perekrutan yang tepat sangat penting untuk

memaksimalkan efesiensi dan efektifitas perekrutan.⁴⁴

3. Sumber-Sumber Rekrutmen

Dalam sumber rekrutmen terdapat beberapa poin diantaranya:⁴⁵

a. Pelamar Langsung

Pelamar langsung sering dikenal dengan istilah “*applications at the gate*”.Artiannya para pencari lowongan dengan datang sendiri kesuatu organisasi untuk melamar, tanpa mengetahui apakah di organisasi yang bersangkutan ada atau tidak lowongan yang sesuai dengan pengetahuan, keterampilan, atau pengalaman pelamar yang bersangkutan.

b. Lamaran Tertulis

Para pelamar yang mengajukan lamaran tertulis melengkapi surat lamarannya dengan berbagai bahan tertulis mengenai dirinya, seperti surat keterangan berbadan sehat dari dokter, surat kelakuan baik dari instansi pemerintah yang berwenang, salinan atau fotokopi ijazah dan piagam yang dimiliki, surat referensi dan dokumen lainnya yang dianggap perlu diketahui oleh perekrut sebagai anggota baru yang akan menerima dan meneliti surat lamaran tersebut.

c. Lamaran Berdasarkan Informasi Orang dalam

Pada anggota organisasi berbagai pihak yang diketahuinya sedang mencari pekerjaan atau menganjurkan mereka untuk mengajukan lamaran.Berbagai pihak itu dapat dikategorikan sanak saudara, tetangga,

⁴⁴*Ibid*, h.137

⁴⁵ R. Wayne Mondy, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Ibid*, h.138

teman sekolah, berasal dari suatu daerah dan lain sebagainya.⁴⁶ Sumber rekrutmen ini layak dipertimbangkan karena beberapa alasan, yaitu:

- 1) Para pencari tenaga kerja baru memperoleh bantuan dari pihak dalam organisasi untuk mencari anggota baru sehingga biaya yang harus dipikul oleh organisasi menjadi lebih ringan.
- 2) Para anggota yang menginformasikan lowongan itu kepada teman atau kenalannya agar berusaha agar hanya yang paling memenuhi syaratlah yang melamar.
- 3) Para pelamar sudah memiliki bahan informasi tentang organisasi yang akan dimasukinya sehingga lebih mudah melakukan sebagai penyesuaian yang diperlukan jika lamarannya ternyata diterima.
- 4) Pengalaman banyak organisasi menunjukkan bahwa anggota yang diterima melalui jalur ini menjadi anggota yang baik karena mereka biasanya berusaha untuk tidak mengecewakan orang yang membawa mereka kedalam organisasi.

d. Iklan

Pemasangan iklan merupakan salah satu jalur rekrutmen yang paling sering dan paling banyak digunakan. Iklan dapat dipasang diberbagai tempat dan menggunakan berbagai media, baik visual seperti di media cetak, surat kabar, majalah, selebaran yang ditempelkan diberbagai tempat-tempat ramai yang biasa dikunjungi oleh orang banyak. Atau yang bersifat audio seperti radio dan maupun audio visual seperti

⁴⁶*Ibid*, h.140

televisi.⁴⁷

e. Media sosial

Ini adalah yang umum dilakukan diberbagai organisasi, cara ini dianggap akan memudahkan untuk memperoleh calon tenaga kerja/santri yang cukup banyak sehingga membuka kemungkinan yang besar untuk memilih yang terbaik. Contoh media sosial yang umum dipakai untuk promosi antara lain: Facebook, Instagram, YouTube, Wabsite organisasi, dan lainnya. Hal itu mengindikasikan bahwa rekrutmen tidak lepas dari yang namanya jaringan sosial. Jaringan sosial merupakan salah satu dimensi selain kepercayaan dan norma, konsep jaringan dalam kapital sosial menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efesien dan efektif.

4. Hambatan dalam Rekrutmen

Berbagai penelitian dan pengalaman banyak orang dalam hal rekrutmen menunjukan bahwa kendala yang dihadapi itu dapat mengambil dua bentuk yakni kendala yang bersumber dari lembaga maupun organisasi itu sendiri yang di sebut internal dan bersumber dari lingkungan luar organisasi itu bergerak yang disebut eksternal.

a. Sumber Organisasional (Internal)

Berbagai kebijakan yang diteteapkan dan diberlakukan dalam suatu organisasi dimaksudkan agar organisasi yang bersangkutan semakin

⁴⁷Sondang. P.Siagian, *Manajemen Sumberdaya Manusia*, (Jakarta, Bumi Aksara. 2016), h.115

mampu dalam mencapai tujuan dan sarannya. Sehingga faktor dari individu lembaga itu sendiri karena setiap lembaga yang melakukan kegiatan pengrekrutan dalam hal ini perekrutan santri pasti menghadapi keterbatasan-keterbatasan, seperti banyaknya tugas para panitia, sarana dan pembiayaan. Sehingga terkadang proses kegiatan ini tidak berjalan secara maksimal, meskipun tidak membuat fakta pada pelaksanaannya.

b. Kondisi diluar Organisasi (Eksternal)

Dapat dinyatakan bahwa tidak ada satu pun organisasi yang boleh mengabaikan apa yang terjadi di sekitarnya. Artinya dalam mengelola organisasi faktor-faktor eksternal atau luar lingkungan organisasi harus selalu mendapat perhatian, juga dalam hal merekrut anggota baru. Beberapa contoh faktor eksternal yang perlu diperhitungkan dalam proses rekrutmen:

- 1) Memperhatikan kedudukan organisasi maupun lembaga dalam mencari anggota lain yang bergerak dibidang kegiatan yang sama atau menghasilkan barang dan jasa yang sejenis
- 2) Praktik yang dilakukan oleh organisasi-organisasi lain, dalam teori sumber daya manusia menekankan betapa pentingnya pengelolaan anggota diselenggarakan berdasarkan norma-norma etika yang berlaku di lingkungan masyarakat.⁴⁸

⁴⁸*Ibid*, Sondang. P.Siagian, h.103

C. Pondok Pesantren

1. Pengertian Pondok Pesantren

Pesantren secara Etimologi berasal dari kata *santri* yang mendapat awalan *pe-* dan akhiran *-an* sehingga menjadi *pe-santri-an* yang bermakna kata “*shastri*” yang artinya murid. Sedang C.C. Berg. berpendapat bahwa istilah pesantren berasal dari kata *shastri* yang dalam bahasa India berarti yang tahu buku-buku suci agama Hindu, atau seorang sarjana ahli kitab-kitab suci agama Hindu. Kata *shastri* berasal dari kata *shastra* yang berarti buku-buku suci, buku-buku suci agama atau buku-buku tentang ilmu pengetahuan.⁴⁹

Menurut pendapat lain yakni menurut M. Arifin pondok pesantren berarti suatu lembaga pendidikan agama Islam yang tumbuh serta diakui masyarakat sekitar, dengan sistem asrama (komplek) dimana santri-santri menerima pendidikan agama melalui sistem pengajian atau madrasah yang sepenuhnya berada di bawah kedaulatan dari *leader ship* seorang atau beberapa orang kiai dengan ciri-ciri khas yang bersifat karismatik serta independen dalam segala hal.⁵⁰

Jadi dapat disimpulkan oleh penulis yang dimaksud pondok pesantren dalam penelitian adalah sebagai suatu lembaga tempat pendidikan, pengajaran yang didalamnya terdapat interaksi antara santri dan kiyai untuk menekankan pelajaran agama Islam dan didukung asrama sebagai tempat tinggal para santri.

⁴⁹ Yasmadi, *Modernisasi Pesantren*, (Jakarta: Ciputat Press, 2002), h.62

⁵⁰ Mujamil Qomar, *Pesantren Dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, (Cirapas Jakarta, Penerbit Erlangga, 2005), h.2

2. Tujuan Pondok Pesantren

Keberadaan pesantren sebagai lembaga pendidikan tradisionalnya maupun yang sudah mengalami perubahan, memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Karena pengaruhnya yang besar, maka Kiyai Ali Ma'shum menganggap bahwa tujuan pondok pesantren adalah untuk mencetak “ulama”. Sedangkan menurut Manfred Ziemek tertarik melihat sudut keterpaduan aspek perilaku dan intelektual tujuan pesantren adalah membentuk kepribadian, memantapkan akhlak, dan melengkapinya dengan ilmu pengetahuan.⁵¹

Dalam musyawarah atau lokakarya intensifikasi pondok pesantren di Jakarta yang berlangsung pada 2-6 Mei pada tahun 1978, dirumuskan intensifikasi pondok pesantren sebagai berikut:

1) Tujuan Umum

Adanya pesantren bertujuan untuk membina warga negara agar berkepribadian muslim sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam dan menanamkan rasa keagamaan tersebut pada semua segi kehidupannya serta menjadikannya sebagai orang yang berguna bagi agama, masyarakat, dan negara.

2) Tujuan Khusus

- a. Mendidik santri anggota masyarakat untuk menjadi seorang muslim yang bertakwa kepada Allah SWT, berakhlak mulia, memiliki

⁵¹Yasmadi, *Modernisasi Pesantren*, Op.Cit, h. 5.

kecerdasan, keterampilan dan sehat lahir batin sebagai warga negara yang berpancasila.

- b. Mendidik santri untuk menjadikan manusia muslim selaku kader-kader ulama dan mubaligh yang berjiwa ikhlas, tabah, tangguh, wiraswasta dalam mengamalkan sejarah Islam secara utuh dan dinamis.
- c. Mendidik santri untuk memperoleh kepribadian dan mempertebal semangat kebangsaan agar dapat menumbuhkan manusia-manusia pembangunan yang dapat membangun dirinya dan bertanggung jawab kepada pembangunan bangsa dan negara.
- d. Mendidik tenaga-tenaga penyuluh pembangunan mikro (keluarga) dan regional (pedesaan atau masyarakat lingkungannya).
- e. Mendidik santri agar menjadi tenaga-tenaga yang cakap dalam berbagai sector pembangunan, khususnya pembangunan mental-spiritual.
- f. Mendidik santri untuk membantu meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat lingkungan dalam rangka usaha pembangunan masyarakat bangsa.⁵²

Berdasarkan tujuan umum dan tujuan khusus di atas, maka dapat penulis simpulkan bahwa pondok pesantren tidak hanya bersifat mendalami ilmu keagamaan saja, akan tetapi juga memiliki perhatian dengan berbagai segi kehidupan. Pondok pesantren diharapkan mampu menghasilkan santri yang berkepribadian muslim dan berilmu pengetahuan

⁵² Mujamil Qomar, *Pesantren Dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, (Cirapas Jakarta, Penerbit Erlangga, 2005), Ibid, h. 6

yang luas, cinta kepadabangsa, dan negara, sehingga santri menjalankan tugasnya sebagai pewaris perjuangan agama Islam, serta bangsa dan negara.

Menjadi satri identik dengan menuntut ilmu yang lebih berdominan memperdalam ilmu adama Islam. Menuntut ilmu juga di jelaskan dalam Firman Allah dalam Al Qur'an surah Al-Mujadilah ayat:11, yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ
وَإِذَا قِيلَ ائْشُرُوا فَاذْشُرُوا يَرَفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

"Artinya: Hai orang-orang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: "Berlapang-lapanglah dalam majlis", Maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. dan apabila dikatakan: "Berdirilah kamu", Maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan." (Q.S Al-Mujadilah ayat 11)

3. Fungsi dan Peranan Pondok Pesantren

Fungsi diartikan sebagai segala kegiatan yang diarahkan kepada pemenuhan kebutuhan dari sebuah sistem. Menurut Ma'shum fungsi pesantren mencakup tiga aspek fungsi, yaitu fungsi edukasi (tarbawiyah), fungsi sosial (ijtimaiyyah), fungsi religius (diniyyah).⁵³ Fungsi pesantren dapat dijelaskan sebagai berikut:

⁵³ Mujamil Qomar, *Pesantren Dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, (Cirapas Jakarta, Penerbit Erlangga, 2005), Ibid, h.22

a. Sebagai Lembaga Pendidikan atau Edukasi

Fungsi pendidikan dapat dijadikan sebagai bekal dalam mengumandangkan dakwah, sedang dakwah bisa dimanfaatkan sebagai sarana dalam membangun sistem pendidikan. Fungsi edukasi atau pendidikan pesantren sebenarnya adalah untuk membonceng misi dakwah. Misi dakwah Islamiyah inilah yang mengakibatkan terbangunnya sistem pendidikan.

Dalam segi pendidikan pesantren menyelenggarakan pendidikan formal (madrasah, sekolah umum, dan perguruan tinggi), dan pendidikan formal yang secara khusus mengajarkan agama yang sangat kuat dipengaruhi oleh pikiran ulama-ulama fiqh, hadits, tafsir, tauhid, dan tasawuf, bahasa Arab, (*nahwu, sharaf, balaqhod, dan tajwid*), mantik dan akhlak.⁵⁴

Sebagai lembaga pendidikan, pesantren ikut bertanggung jawab terhadap proses pencerdasan bangsa secara keseluruhan, sedangkan secara khusus pesantren bertanggung jawab atas tradisi keagamaan (Islam). Dari titik pandang ini pesantren memilih model tersendiri yang dirasa mendukung secara penuh fungsinya di bidang pendidikan dan hakekat manusia itu sendiri, yaitu membentuk manusia mukmin sejati yang memiliki kualitas moral dan berintelektual yang tinggi.

⁵⁴*Ibid*, h.23

a. Sebagai Lembaga Sosial

Sebagai lembaga sosial, pesantren berusaha mendekati masyarakat. Warga pesantren telah terlatih melaksanakan pembangunan untuk kesejahteraan masyarakat, sehingga terjalin hubungan harmonis antara santri dan masyarakat. Wahid Zaeni menegaskan bahwa di samping sebagai lembaga pendidikan pesantren juga sebagai lembaga pembinaan moral dan kultural baik dikalangan para santri maupun santri dengan masyarakat. Kedudukan ini memberikan isyarat bahwa penyelenggaraan keadilan sosial melalui pesantren lebih banyak menggunakan pendekatan kultural.⁵⁵

Beberapa di antara calon santri sengaja datang ke pesantren untuk mengabdikan dirinya pada kiyai dan pesantren tersebut, juga banyak dari para orang tua mengirimkan anaknya ke pesantren untuk diasuh, sebab mereka percaya tidak mungkin kiyai akan menyesatkannya, bahkan sebaliknya mereka beranggapan dengan berkah kiyai anak akan menjadi orang baik nantinya. Di samping itu juga banyak anak-anak nakal yang memiliki perilaku menyimpang dengan dikirimkan ke pesantren oleh orang tuanya dengan harapan anak tersebut akan sembuh dari kenakalannya.

Dari penjelasan yang berkaitan dengan fungsi sosial diatas, pesantren nampak sebagai sumber solusi, acuan dan dinamis masyarakat

⁵⁵ Mujamil Qomar, *Ibid*, h.25

juga sebagai lembaga inspirator (penggerak) bagi kemajuan pembangunan masyarakat.⁵⁶

b. Sebagai Lembaga Penyiaran Dakwah

Fungsi pesantren sebagai lembaga penyiaran dakwah (lembaga dakwah) terlihat dari karakteristik dan elemen pondok pesantren itu sendiri sebagai bentuk oprasionalnya yang bisa difungsikan untuk kegiatan bermasyarakat.⁵⁷ Kegiatan yang diselenggarakan oleh pesantren ini membuktikan bahwa keberadaan pesantren secara tidak langsung membawa perbuatan positif terhadap masyarakat, sebab dari kegiatan yang diselenggarakan pesantren baik itu shalat jamaah dan setiap adanya kegiatan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI), menjadikan masyarakat dapat mengenal secara lebih dekat dengan ajaran-ajaran agama Islam untuk selanjutnya mereka pegang dan diamalkan dalam kehidupan sehari-hari.

4. Unsur-Unsur Pondok Pesantren

Dilihat dari sudut pandangnya pesantren merupakan hasil usaha mandiri kiai yang dibantu santri dan masyarakat, sehingga memiliki berbagai bentuk. Arifin menggolongkannya menjadi pesantren modern, pesantren *tahassus* (*tahassus ilmu alat, ilmu fiqh/lushul fiqh, ilmu tafsir/hadits, ilmu tasawuf/thariqat, dan ilmu qira'at Al-Qur'an*) dan pesantren campuran.

⁵⁶ *Ibid*, h.26

⁵⁷ Yacub, *Pondok Pesantren dan Pembangunan Masyarakat Desa*, (Bandung: Angkasa, 2001), h.62

Sedang Dhofier membagi pesantren menjadi dua kategori yaitu pesantren *salafi* dan *khalafi*. Pesantren *salafi* tetap mengajarkan pengajaran kitab-kitab Islam klasik sebagai inti pendidikannya tanpa mengenalkan pengajaran pengetahuan umum. Sedang pesantren *khalafi* telah memasukkan pengajaran-pengajaran umum dalam madrasah-madrasah yang dikembangkan atau membuka tipe-tipe sekolah umum didalam lingkungan pesantren.⁵⁸

Para pengamat mencatat ada lima unsur yang pada umumnya terdapat dalam setiap lembaga pondok pesantren, unsur-unsur tersebut adalah:

a. Kiai

Kiai di samping pendidik dan pengajar juga pemegang kendali manajerial pesantren. Kiai disebut alim bila ia benar-benar memahami, mengamalkan dan memfatwakan kitab kuning, kiai demikian ini menjadi panutan bagi santri di setiap pondok pesantren. Akan tetapi dalam konteks kelangsungan pesantren kiai dapat dilihat dari perspektif lainnya, Muhammad Tholchah Hasan melihat kiai dari empat sisi yakni kepemimpinan ilmiah, spiritualitas, sosial, dan administrasinya.

b. Santri

Santri merupakan peserta didik atau objek pendidikan, santri mukmin merupakan santri yang berasal dari daerah jauh dan menetap tinggal di pesantren, santri yang sudah lama dipesantren biasanya menjadi

⁵⁸ Mujamil Qomar, *Pesantren Dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, (Cirapas Jakarta, Penerbit Erlangga, 2005), *Ibid*, h.16

kelompok tersendiri dan memiliki tanggung jawab untuk mengurus kepentingan pesantren sehari-hari.

c. Masjid

Masjid merupakan unsur penting yang tidak dapat dipisahkan dengan pesantren, seorang kiyai yang ingin mengembangkan sebuah pesantren biasanya pertama-tama akan mendirikan sebuah masjid yang terletak disekitar rumahnya.

Masjid memiliki fungsi ganda didalam suatu pondok pesantren, selain tempat shalat dan ibadah juga menjadi tempat pengajian, terutama bagi pesantren yang masih memakai metode *sorogan* yang berarti menyodorkan, dengan metode ini berarti santri dapat menyodorkan materi yang ingin dipelajarinya sehingga mendapatkan penjelasan secara individual atau secara khusus dari sang kiyai. Dan metode wetonan (bandongan) yang berarti memperhatikan secara seksama atau menyimak.⁵⁹

d. Asrama atau Pondok

Asrama atau pondok adalah sebagai tempat penginapan santri dan difungsikan untuk mengulang kembali pelajaran yang telah disampaikan kiyai atau ustadz. Ki Hajar Dewantoro, komposisi bangunan pondok pesantren itu melambangkan posisi kiyai sebagai *ingngarso sung tulodo*

⁵⁹ Mujamil Qomar, *Pesantren Dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*, (Cirapas Jakarta, Penerbit Erlangga, 2005), *Ibid*, h.21

(di depan memberi contoh) atau oleh Al-Qur'an disebut sebagai *uswah hasanah* (contoh yang baik).⁶⁰

Setidaknya ada beberapa alasan mengapa pesantren harus menyediakan pondok (asrama) untuk tempat tinggal para santrinya.⁶¹

- 1) Pertama, kemasyhuran seorang kiyai dan dalam pengetahuannya tentang Islam, merupakan daya tarik para santri dari jauh untuk dapat menggali ilmu dari kiyai tersebut secara terus menerus dalam waktu yang sangat lama. Sehingga untuk itulah seorang santri harus menetap.
- 2) Kedua, hampir semua pesantren berada di desa-desa terpencil jauh dari keramaian dan tidak tersedianya perumahan yang cukup menampung para santri, dengan demikian diperlukan pondok khusus.

e. Pengajian Kitab-Kitab

Pengajian umumnya mengkaji kitab-kitab Islam klasik, kitab-kitab ini dikenal dengan sebutan kitab kuning dikalangan para santri, sebagai karangan ulama terdahulu yang berisikan tentang tata cara, hukum, dan berbagai macam ilmu pengetahuan agama Islam dengan Bahasa Arab.

Pesantren sudah memiliki tingkatan yang berbeda-beda, tingkatan pesantren yang paling sederhana hanya mengajarkan membaca huruf Arab dan Al-Qur'an. Sementara, pesantren yang tingkatannya lebih tinggi adalah

⁶⁰*Ibid*, h.21

⁶¹Amin Haedari, dkk, *Masa Depan Pesantren Dalam Tantangan Kompleksitas Global*, (Jakarta, IRD Press),h.36.

pesantren yang mengajarkan berbagai kitab-kitab seperti kitab fiqh, ilmu akidah, dan amalan sufi, tradisi intelektual pesantren baik sekarang maupun waktu itu ditentukan tiga serangkai mata pelajaran yang terdiri menurut Mazhab Syafi'i, akidah menurut Mazhab Asy'ari, dan amalan-amalan sufi dari karya-karya Imam al-Ghazali.⁶²

Keberadaan pesantren sebagai lembaga pendidikan tradisionalnya maupun yang sudah mengalami perubahan, memiliki pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Pesantren semakin tumbuh dan berkembang kuantitas maupun kualitasnya terlebih dalam bidang inovasi sistem pendidikan yang dikembangkan pesantren dengan mengadopsi corak pendidikan umum, menjadikan pesantren semakin kompetitif untuk menawarkan pendidikan ke khalayak masyarakat.

B. Tinjauan Pustaka

Sebelum mengadakan penelitian ini terlebih dahulu penulis melakukan kajian terhadap penelitian yang sudah agar menghindari kesamaan. Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang sama berkaitan dengan judul penelitian.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Hasanah “Straetgi Komunikasi Komunitas Jalan-Jalan Edukasi Lampung dalam Menumbuhkan Empati Remaja Terhadap Anak Panti Asuhan”, Universitas Raden Intan Lmpung,

⁶²Masyhud Sulton, Khusnurdilo, *Manajemen Pondok Pesantren*, (Jakarta: Diva Pustaka, 2004), h. 2

Tahun 2019.⁶³ Dalam penelitian ini tidak menggunakan strategi khusus akan tetapi langsung mengadakan acara dengan konsep secara sederhana sebagai strategi komunikasi persuasifnya agar kegiatan komunitas jalan-jalan edukasi Lampung bisa diterima oleh remaja.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nikmahtul Alfiah, “Strategi Pemasaran dalam Merekrut Santri Pada Pondok Pesantren Diniyyah Putri Lampung”, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Tahun 2019.⁶⁴ Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran yakni menggunakan strategi promosi yang dikelompokkan menjadi dua yakni strategi promosi media sosial dan strategi promosi menggunakan alumni santri dimana pondok pesantren yang harus siap dalam menghadapi persaingan di era modern pada saat ini.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rohima “Strategi Komunikasi Persuasif Pesantren Al-Istiqalaliyyah Dalam Mempertahankan Nghaul Syekh Abdul Qadir Al-Jailani” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2016.⁶⁵ Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa dalam mempertahankan rutinitas ngehaul perlu memerlukan konsep yaitu dari Fred R. David yang terdapat tiga tahapan strategi antara lain yang pertama perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

⁶³Nur Hasanah, *Straetgi Komunikasi Komunitas Jalan-Jalan Edukasi Lampung dalam Menumbuhkan Empati Remaja Terhadap Anak Panti Asuhan*, Universitas Raden Intan Lmpung, Tahun 2019.

⁶⁴ Nikmahtul Alfiah, *Strategi Pemasaran dalam Merekrut Santri pada Pondok Pesantren Diniyyah Putri Lampung*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Tahun 2019.

⁶⁵Rohima, *Strategi Komunikasi Persuasif Pesantren Al-Istiqalaliyyah dalam Mempertahankan Nghaul Syekh Abdul Qadir Al-Jailani*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Tahun 2016.

Dari tinjauan pustaka tersebut, yang menjadi perbedaan dengan penelitian yang dilakukan penulis terletak pada study kasus dari masing-masing sumber skripsi diatas, dimana penelitian yang penulis lakukan yakni komunikasi persuasif pada sistem rekrutmen santri. Sedangkan dalam hal komunikasi persuasif pendekatan dan metodenya sama, yakni kualitatif dan metode deskriptif.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agus Abdul Rahman. *Psikologi Sosial: Integrasi Pengetahuan Wahyu dan Pengetahuan Empirik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2017.
- Cholid Narbuko. dan H. Ahmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1988.
- Emzir. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010.
- Ezi Hendri. *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2019.
- Hadari Nawawi. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University press, 1998.
- Herdian Maulana dan Gumgum Gumelar. *Psikologi Komunikasi dan Persuasif*. Jakarta: Akademia Permata, 2013.
- Irawan Suhartono. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2008.
- Jalaludi Rahmat. *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008.
- James G. Bobbins dan Barbara S.Jones. *Komunikasi yang efektif*. Jakarta: CV. Pedomani Ilmu Jaya, 2006.
- Kartini Krtono. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Lijan Poltak Sinambela. *Manajemen Sumber daya Manusia Membangun tim yang Solid Untuk Meningkatkan Kinerja*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- M. Nasor. *Studi Ilmu Komunikasi*. Bandar Lampung: Fakultas Dakwah IAIN Lampung, 2009.
- Masyhud Sulton, Khusnurdilo. *Manajemen Pondok Pesantren*. Jakarta: Diva Pustaka, 2004.
- Maulana Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008.
- Mujamil Qomar. *Pesantren Dari Transformasi Metodologi Menuju Demokratisasi Institusi*. Cirapas Jakarta: Penerbit Erlangga, 2005.
- Nata Abuddin dan Azra Azyumardi. *Sejarah Pertumbuhan Dan Perkembangan Lembaga-Lembaga Pendidikan Islam Di Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo, 2001.
- Onong Uchjana Effendy. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008.
- Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2003.

- Pawit M. Yusuf. *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Phil, Astrid S.Susanto. *Komunikasi Dalam Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Singarimbun Masri dan Effendi Sofian. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia, 1989.
- Soleh Soemirat, dkk. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2007.
- Sumadi Surybata. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1983.
- T. Hani Handoko. *Manajemen Personalia dan Manajemen Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFE, IKPI, 2014.
- Toto Tasmara. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: CV. Gaya Media Pratama, 1997.
- Willy Abdullah. *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2018.
- Yacub. *Pondok Pesantren dan Pembangunan Masyarakat Desa*. Bandung: Angkasa, 2001.
- Yasmadi. *Modernisasi Pesantren*. Jakarta: Ciputat Press, 2002.
- Yosal Iriantara. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Universitas Terbuka, 2011.

Sumber Internet

- Ahmad dan Zainal. *Fenomena Pesantren*. Pdf Jurnal Online Mahasiswa Dakwah. Yogyakarta, 2014.
- Herman. *Sejarah Pondok Pesantren*. Jurnal Online Al-Ta'dib, Mahasiswa IAIN Kediri. Vol 6, No.02 Oktober 2013 diakses pada hari, Kamis 20 Febuari 2020.
- Misbah. *Upaya Komunikasi Persuasif berzakat ke Badan Amil Zakait Nasional (BAZNAS)*. Jurnal Online, Mahasiswa Universitas Andalas Padang 2016

Wawancara

- Intan Nuraini Dantama. Santri, wawancara dengan penulis, pada 05 Agustus 2020.
- M. Rizki Ananda. Panitia Penerimaan Santri Baru dan KAMAD MTs, wawancara dengan penulis, pada Senin, 10 Agustus 2020.
- Wahyudi Utomo Lubis. Panitia Penerimaan Santri Baru dan Kepala MA, wawancara dengan penulis, pada Senin, 10 Agustus 2020.
- Yhuda Herlambang. Kepala Sumber Daya Manusia, wawancara dengan penulis, pada Kamis, 21 Mei 2020.